

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH DALAM MENABUNG
DI BANK BCA SIDOARJO**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen



Oleh :

ASTRINI KUSHARYANTI
2009210494

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2013**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Astrini Kusharyanti
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 16 Januari 1991
N.I.M : 2009210494
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Perbankan
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah dalam Menabung di Bank BCA Sidoarjo

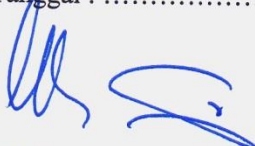
Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 09 Oktober 2013



(Dra. Lindiawati, M. M)

Ketua Program Studi S1 Manajemen
Tanggal : 18 Oktober 2013



(Mellyza Silvy, SE., M.Si.)

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION TOWARD LOYALTY OF SAVING ACCOUNTS CUSTOMER OF BANK BCA SIDOARJO

Astrini Kusharyanti
STIE Perbanas Surabaya
E-mail : Kastrini@rocketmail.com
Jl. NgindenSemolo No. 34-36 Surabaya

ABSTRACT

Competition of banking service in Indonesia is increasingly tight. Service quality and satisfaction have significant influence toward loyalty of saving accounts customer of Bank BCA Sidoarjo. Aim of this research is to know service quality offered by Bank BCA as well as to learn relationship between factors of service quality, satisfaction and loyalty of which are important in bank management which can be used to review characteristic of the bank as experienced by customer. This research emphasize primary data obtained from respondent that is customer of the bank BCA this research uses multiple linear regression analysis technique. The size of sample used 120 respondents. Results of the research indicate that all service quality variables physic tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy have positive and significant effect toward to customer satisfaction. In addition, the service quality variables partial influence of customer satisfaction. This indicates that reliability and empathy have positive significant influence toward of customer loyalty. While physic, tangible, responsiveness, and assurance have no significant influence toward of customer loyalty. Meanwhile to variable customer satisfaction has positive significant influence toward of customer loyalty.

Keywords: *Service Quality, Satisfaction, Customer loyalty*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan perbankan di Indonesia saat ini semakin kompetitif dan mempertajam persaingan yang akhirnya membawa konsekuensi perusahaan yang mempunyai kemampuan bersaing. Subhash (2001:225) menyebutkan “*In free market economy, each company tries to out perform its competitors. A competitor is rival*”. Semakin kompetitif persaingan perbankan di Indonesia semakin ketat, maka hal utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah masalah kualitas

layanan kepada nasabah agar dapat tetap bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar.

Dalam kaitannya dengan layanan kepada nasabah, semua pihak yang bergerak dalam pemberian layanan harus menyadari bahwa keberadaan konsumen yang setia (loyal) merupakan pendukung untuk kesuksesan perusahaan. Loyalitas nasabah merupakan nilai yang diharapkan oleh semua perusahaan. Karena nasabah yang loyal akan

mendatangkan manfaat bagi perusahaan berkelanjutan.

Disamping itu loyalitas nasabah tidak kalah relevannya untuk dianalisis karena sikap loyalitas dari nasabah merasakan puas atau tidak puas terhadap layanan dari Bank BCA yang diterimanya (Tjiptono, 2005:19). Maka dari itu, mereka harus menempatkan konsumen sebagai aset yang sangat berharga, karena dalam kenyataannya tidak ada satupun organisasi, terutama perusahaan yang akan mampu bertahan hidup bila ditinggalkan oleh nasabahnya. Menurut Foss dan Batu (2001, dalam Kazi Omar Siddiqi : 17), loyalitas nasabah berkaitan dengan apa yang nasabah pikirkan dan lakukan (atau mencoba untuk melakukan).

Kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah dapat dimediasi oleh kepuasan nasabah dalam menabung di Bank BCA. Kualitas layanan yang tidak baik adalah apabila bank tersebut tidak mampu mengerti dan memahami kepuasan nasabah, maka dengan sangat mudah akan dapat ditinggalkan oleh nasabahnya dan akhirnya nasabah akan beralih ke bank lain. Semakin kompetitifnya persaingan industri perbankan menuntut bank BCA untuk meningkatkan kualitas layanan perbankan. Meningkatkan terhadap layanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat yaitu harapan nasabah terhadap kualitas layanan (*expected quality*) dan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan (*perceived quality*). Kepuasan nasabah menyangkut apa yang diungkapkan oleh nasabah Bank BCA tentang persepsi dan harapannya terhadap layanan

perbankan yang diperoleh dari bank (*Parasuraman et al., 2007*). Dalam mendefinisikan kualitas layanan sebagai penilaian sebagai global yang berkenaan dengan superioritas satu layanan, sedangkan kepuasan nasabah adalah respon dari penilaian tersebut. Semua pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa perbankan akan memberikan penilaian yang berbeda-beda terhadap kualitas layanan dan kepuasan nasabah dalam menabung di Bank BCA Sidoarjo.

Kepuasan nasabah merupakan tingkat dimana nasabah sudah merasakan bahwa seluruh harapannya atas suatu produk dapat terpenuhi. Tingkat kepuasan nasabah yang tinggi belum tentu menghasilkan pembelian berulang dan peningkatan penjualan (Griffin, 2005:2). Tingkat kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai kesesuaian antara apa yang dirasakan oleh nasabah dari pengalamannya menggunakan jasa sebuah bank dengan apa yang diharapkannya dari bank tersebut.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas produk, misalnya seperti produk tabungan yang dimana kualitas produk tersebut merupakan suatu bentuk kepuasan yang kompleks oleh (Payne 1993: 24).

Terkait dengan hal ini peneliti melakukan pengukuran terhadap tingkat kualitas layanan berdasarkan lima dimensi yang terdiri dari (1) bukti fisik (*tangibles*): modern fasilitas fisik dan peralatan yang digunakan serta seberapa baik penampilan personel di kantor cabang; (2) keandalan (*reliability*): kemampuan memberikan layanan secara tepat, akurat, dan dapat

percaya sejak pertama kali tanpa kesalahan apa pun dan sesuai tepat waktu yang dijanjikan; (3) daya tanggap (*responsiveness*): kecepatan antrian, kesediaan karyawan untuk memberikan bantuan dan respon permintaan nasabah, serta memberikan layanan secara cepat dan efisien; (4) jaminan (*assurance*): kemampuan dalam memberikan layanan yang dapat menumbuhkan kepercayaan nasabah kepada bank, bersikap ramah, sopan, menguasai pengetahuan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan dan menghargai nasabah; (5) empati (*empathy*): kemampuan dan kemauan karyawan maupun bank dalam memahami kebutuhan nasabah, bertindak demi kepentingan nasabah, termasuk memberikan perhatian personal kepada nasabah. Dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah perbankan dan mengamati perilaku mereka dalam menggunakan produk dan layanan bank, hasil studi kami menunjukkan bahwatidaklah mudah mengkonversi kualitas layanan yang bagus “*service excellence*” menjadi performa yang bagus pada “*customer satisfaction*”, apalagi hingga pada loyalitas yang tinggi terhadap suatu produk dan layanan. Pada kenyataannya, setiap pelanggan memiliki kebutuhan dan ekspektasi yang berbeda-beda terhadap suatu produk dan layanan. Nasabah yang berbeda seharusnya dilayani dengan sentuhan yang berbeda sesuai dengan *anxieties* dan *desires* mereka. (www.markplusinsight.com/in-media-service-to-care-index-2012.php).

Rumusan Masalah.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan pada latar belakang maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan yang terdiri dari dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan serta empati berpengaruh signifikan secara bersama terhadap kepuasan nasabah Bank BCA di Sidoarjo?
2. Apakah kualitas layanan yang terdiri dari dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan serta empati berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank BCA di Sidoarjo?
3. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BCA di Sidoarjo?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dan membuktikan pengaruh kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah bank BCA di Sidoarjo. Hasil penelitian ini sangat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Bagi perbankan

Diharapkan memberikan masukan sebagai dasar untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan nasabah dalam menabung di Bank BCA Sidoarjo. Sehingga dapat memperbaiki, mengembangkan dan mengimplementasikan strategi dan inovasi.

Bagi peneliti

Dapat memberikan tambahan pengetahuan sehingga dapat meningkatkan pemahaman dan menjembatani antara teori yang

didapat dengan kenyataan yang ada di lapangan.

Bagi STIE Perbanas Surabaya

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dan berguna sebagai bahan masukan atau acuan dasar pada penelitian berikutnya dengan materi dan objek yang berhubungan dengan penelitian selanjutnya.

RERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Kualitas Layanan

Kualitas layanan sangat dibutuhkan terutama di industri jasa perbankan, mengingat nasabah yang mempunyai keinginan yang selalu ingin dipenuhi dan dipuaskan. Nasabah selalu mengharapkan untuk mendapatkan layanan yang maksimal dari penyedia jasa dalam hal ini mereka ingin diberlakukan secara profesional serta memperoleh sesuatu sesuai dengan yang mereka harapkan. Kualitas layanan yang memuaskan akan memberikan gambaran yang baik terhadap perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller (2009: 143) "kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat". Sedangkan Gronroos (2000, dalam Kazi Omar Siddiqi 2011 : 13) mendefinisikan layanan sebagai, "Layanan adalah suatu proses yang terdiri dari serangkaian lebih atau kurang berwujud kegiatan yang biasanya, tetapi tidak harus selalu, berlangsung dalam interaksi antara nasabah dan layanan karyawan dan sumber daya fisik atau barang dan sistem penyedia layanan, yang disediakan sebagai solusi untuk masalah nasabah". Fogli (2006,

dalam Kazi Omar Siddiqi 2011 : 13) mendefinisikan kualitas layanan sebagai "penghakiman global atau sikap berkaitan dengan layanan tertentu, keseluruhan kesan nasabah dari inferioritas relatif atau keunggulan organisasi dan layanannya. Kualitas layanan merupakan penilaian kognitif".

Penilaian kualitas layanan yang disediakan oleh perusahaan didasarkan menurut pentingnya oleh nasabah terhadap lima dimensi kualitas jasa. Kualitas layanan terdapat lima dimensi yaitu yang terdiri dari (1) *tangible* atau bukti fisik modern fasilitas fisik dan peralatan yang digunakan serta seberapa baik penampilan personel di kantor cabang atau sebagai fasilitas yang dapat dilihat dan digunakan perusahaan dalam upaya memenuhi kepuasan nasabah, meliputi tampilan fasilitas fisik, peralatan, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. (2) *Reliability* atau keandalan yaitu kemampuan memberikan layanan secara tepat, akurat, dan memuaskan dapat percaya sejak pertama kali tanpa kesalahan apa pun dan sesuai tepat waktu yang dijanjikan. (3) *Responsiveness* atau daya tanggap yaitu kecepatan antrian, kesediaan karyawan untuk memberikan bantuan dan respon permintaan nasabah, serta memberikan layanan secara cepat dan efisien dan keinginan para staf untuk membantu para nasabah dan memberikan layanan dengan tanggap. (4) *Assurance* atau jaminan adalah kemampuan dalam memberikan pengetahuan, kompetensi layanan yang dapat menumbuhkan sifat

kepercayaan nasabah kepada bank, bersikap ramah, sopan, menguasai pengetahuan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan dan menghargai nasabah. (5) *Empathy* atau perhatian yaitu kemampuan dan kemauan karyawan maupun bank dalam memahami kebutuhan nasabah, bertindak demi kepentingan nasabah, termasuk memberikan perhatian personal kepada nasabah atau kemudahan dalam menjalin relasi komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan kemudahan atas kebutuhan individual para nasabah (Tjiptono, 2005 : 273).

Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah pemberian jasa kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Dalam industri jasa perbankan, kualitas layanan adalah jasa yang diberikan kepada nasabah yang berupa peralatan dan perlengkapan, jam operasional, sistem pembayaran, respon dari karyawan terhadap nasabah, dan sebagainya.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah ditentukan oleh berbagai jenis pelayanan yang didapatkan oleh nasabah selama ia menggunakan beberapa tahapan layanan tersebut. Ketidakpuasan yang diperoleh pada awal tahap pelayanan menimbulkan persepsi berupa kualitas layanan yang buruk untuk tahap pelayanan selanjutnya, sehingga nasabah merasa tidak puas dengan pelayanan secara keseluruhan. Nasabah akan merasa puas bila mendapatkan layanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan persepsi

kepuasan dan persepsi rasa senang beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan nasabahnya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas nasabah, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 2000 : 107).

Tingkat kepuasan nasabah yang tinggi belum tentu menghasilkan pembelian berulang dan peningkatan penjualan (Griffin, 2005:2). Tingkat kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai kesesuaian antara apa yang dirasakan oleh nasabah dari pengalamannya menggunakan jasa sebuah bank dengan apa yang diharapkannya dari bank tersebut.

Produk dan layanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan nasabah, kepuasan yang didasari oleh pencapaian kualitas layanan yang baik akan menciptakan loyalitas yang berkesinambungan khususnya pada perusahaan yang memiliki unsur yang signifikan, misalnya perbankan. Semakin tinggi kualitas produk dan layanan yang diberikan dari perbankan kepada para nasabahnya. Sementara itu kepuasan nasabah tercapai bila kebutuhan, keinginan, dan harapan nasabah terpenuhi.

Dari beberapa definisi diatas, dapat didefinisikan disimpulkan bahwa kepuasan nasabah adalah perasaan yang dirasakan oleh nasabah setelah nasabah menerima layanan atau produk yang memberikan layanan yang berkualitas sehingga

nasabah merasa puas yang telah diberikan oleh suatu perusahaan.

Loyalitas Nasabah

Loyalitas adalah komitmen yang terbentuk secara kuat oleh nasabah untuk melakukan pembelian kembali suatu produk dan jasa dari perusahaan di mana yang akan datang dan tidak terpengaruh untuk melakukan pergantian merek.

Loyalitas suatu produk memiliki pengertian tentang kesetiaan, kecintaan nasabah pada produk tersebut yang bersifat terus menerus. Setiap produk tidak sama, masing-masing memiliki keandalan yang berbeda. Ada nasabah yang menggunakan satu macam produk tertentu secara terus menerus. Hal ini dikarenakan ia sudah sangat percaya dan puas atas apa yang perusahaan atau produk itu berikan. Loyalitas tidak dapat diukur dari besarnya volume atau frekuensi pembelian, namun lebih kepada sebuah ikatan berupa pembelian ulang jangka panjang, testimonial atau mencoba dan rekomendasi nasabah pada orang lain.

Dapat disimpulkan bahwa kesetiaan nasabah merupakan suatu respon yang diberikan kepada nasabah, kepada perusahaan yang tercipta rasa puas akan suatu produk atau layanan yang diberikan. Dari rasa kepuasan itu, nasabah akan berniat untuk melakukan transaksi lagi atau merekomendasikan kepada pihak lain.

Hubungan antara Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah sangat penting

bagi perusahaan, karena dengan terpenuhinya kepuasan nasabah berarti perusahaan telah memberikan kualitas layanan yang diharapkan nasabah dengan maksimal. Suatu layanan dari suatu perusahaan dapat dikatakan berkualitas apabila layanan tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabahnya.

Pada prinsipnya kualitas layanan yang terdiri dari dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berkaitan erat dengan kepuasan walaupun kepuasan memiliki konsep pengertian yang luas. Kualitas layanan dan kepuasan nasabah telah dikonseptualisasikan sebagai yang berbeda, namun terkait erat konstruksi.

Hubungan kualitas layanan dan kepuasan nasabahtidak lepas dari pembicaraan kreativitas layanan perbankan. Untuk mewujudkan suatu layanan berkualitas yang bertujuan terhadap kepuasan nasabah, maka bank harus mampu mengidentifikasi siapa nasabahnya sehingga mampu memahami tingkat persepsi dan harapan nasabah atas kualitas layanan. Kepuasan nasabah merupakan perbandingan antarapersepsi dengan harapan nasabah terhadap layananperbankan yang dirasakan nasabah.

Hubungan antara Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini berarti bahwa semakin puas nasabah terhadap layanan bank maka nasabah akan semakin merasa loyal terhadap produk atau layanan bank tersebut.

Berdasarkan indikator persepsi kepuasan, persepsi rasa senang, dan persepsi pendapat, jadi loyalitas nasabah dipengaruhi oleh variabel kepuasan nasabah.

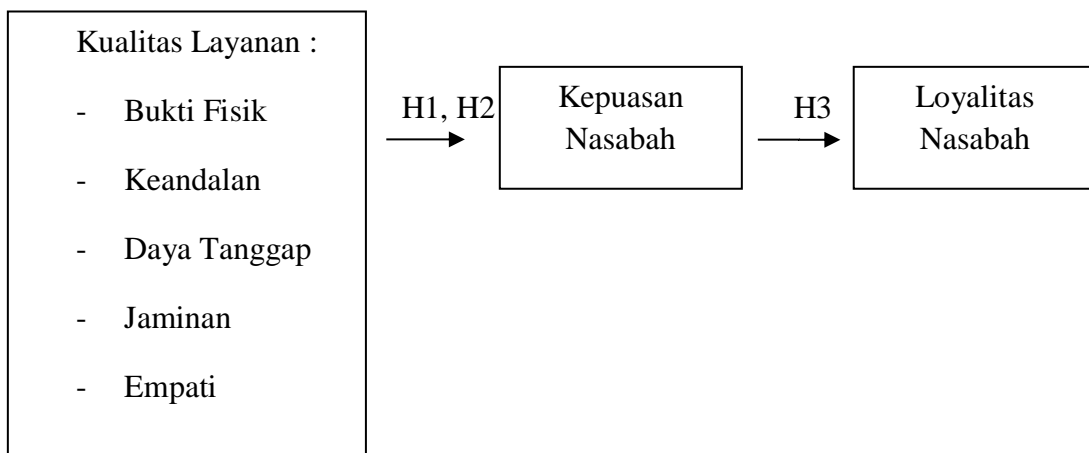
Variabelkepuasan nasabah menjadi prasyarat utama bagiterjadinya hubungan jangka panjang antara nasabahdengan bank atau dikenal dengan loyalitas nasabah.Persaingan bank yang semakin ketat dimana semakinbanyak bank yang terlibat

dalam pemenuhankebutuhan dan keinginan nasabah menyebabkansetiap bank harus menempatkan kepuasan nasabahsebagai tujuan utama.

Hubungan antara kepuasan dan loyalitas adalah saat dimana nasabah mencapai tingkat kepuasan tertinggi yang menimbulkan ikatan emosi yang kuat dan komitmen jangka panjang dengan merek perusahaan (Kotler, 2009 : 139).

Kerangka Pemikiran

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Sumber : Kazi Omar Siddiqi (2011:31), Rahim Mosahab et.al (2010:74)

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang didukung dengan teori-teori yang relevan, maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

H₁ : Kualitas layanan terdiri dari dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang secara bersama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BCA di Sidoarjo.

H₂ : Kualitas layanan terdiri dari dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BCA di Sidoarjo.

H₃ : Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank BCA di Sidoarjo.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini jika ditinjau dari tujuan penelitian yang menggunakan hipotesis penelitian maka penelitian ini adalah penelitian induktif, yang bertujuan untuk mengembangkan teori atau hipotesis melalui pengungkapan fakta.(indriantoro,dkk,2006:23)

Rancangan penelitian ini jika ditinjau dari jenis analisisnya adalah korelasional(*Corelational Design*) yaitu suatu penelitian yang dapat digunakan untuk mencari hubungan antar variabel yang satu dengan variabel yang lainnya, yaitu dengan adanya variabel bebas dan variabel terikat. Dalam hal ini variabel bebas meliputi kualitas layanan, sedangkan variabel terikat meliputi oleh adanya kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah

Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai, nilai bisa berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek yang berbeda.

Varibel bebas (independentX) Variabel bebas yaitu variabel yang dapat berdiri sendiri tanpa dipengaruhi variabel yang lain, atau variabel yang diduga mempengaruhi variabel yang lain atau variabel terikat. Variabel bebas dalam peneliti ini adalah kualitas layanan. Variabel Terikat (*dependent Intervening Y₁*)

Variabel terikat (dependent Intervening) adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubunganantara variabel independen dengan dependen, tetapi tidak dapat diamati dan diukur(Sugiyono,2004). Variabel terikat(*dependent Intervening Y₁*) dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah.

Variabel terikat (*dependent Y₂*) Variabel terikat adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti variabel ini dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya variabel independen atau variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Adapun definisi operasional dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Variabel Bebas

Kualitas layanan (X)

kualitas layanan adalah pemberian jasa kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah pada bank BCA Sidoarjo. Kualitas layanan diukur lima dimensi sebagai berikut :

(X₁). Bukti fisik (*tangible*)

(X₂). Keandalan (*Reliability*)

(X₃). Daya tanggap (*Responsiveness*)

(X₄). Jaminan (*Assurance*)

(X₅). Empati (*Empathy*)

Variabel Terikat (Intervening)

Kepuasan Nasabah (Y₁)

Kepuasan nasabah merupakan salah satu hasil yang paling penting dalam menghubungkan proses pembelian masa depan.

Variabel Terikat

Loyalitas nasabah (Y₂)

Loyalitas nasabah adalah suatu penilaian nasabah tentang pendekatan yang memperkuat dan mengembangkan kondisi pikiran positif dan terkait perilaku.

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi penelitian ini adalah para nasabah bank BCA yang ada di wilayah Sidoarjo. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah dengan adanya lokasi pengambilan sampel yang dilakukan nasabah bank BCA Sidoarjo yang telah menjadi nasabah bank tersebut kurang dari satu tahun. Adanya pengelompokan lamanya menjadi nasabah bank BCA, dalam penelitian ini dikelompokkan terdiri dari: < 1 tahun ; b.) $\geq 1-3$ tahun ; c.) > 3-5 tahun ; dan d.) ≥ 5 tahun.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non random sampling* dengan teknik *Accidental Sampling* untuk mendapatkan sampel menurut keinginan peneliti, pada umumnya metode ini untuk memperoleh daftar pertanyaan dalam jumlah besar dan lengkap secara cepat dan hemat dengan kata lain tidak memerlukan daftar populasi yang panjang (Mudrajat, 2009:138).

Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data data ini dilakukan pada bulan Juni 2013 Akhir. Proses penyusunan data yang digunakan saat penyebaran kuesioner kepada responden adalah sebagai berikut :

Membagikan kuesioner kepada responden. Maka penelitian ini akan saya lakukan pada bank BCA Sidoarjo. Penelitian ini sebanyak 120 responden dengan uraian Sampel kecil 30 dan untuk sampel besar 120 responden, merupakan nasabah yang melakukan transaksi di kantor bank BCA.

Menjelaskan dan membimbing responden tentang cara pengisian kuesioner.

Responden menjawab pertanyaan yang diajukan secara tertulis dilembar kuesioner yang telah disediakan.

Kuesioner yang telah diisi oleh responden selanjutnya dikumpulkan untuk kemudian diseleksi, diedit, dientri untuk mendapatkan rekapitulasi data dan diolah sesuai dengan kebutuhan pengolahan. Semua pertanyaan yang ada didalam kuesioner pada penelitian ini bersifat

tertutup dan terbuka, artinya responden menjawab semua pertanyaan yang ada dengan alternatif pilihan jawaban yang telah tersedia.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas ini diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel, dan kemudian hasil korelasi tersebut dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan tinggi rendahnya validitas instrumen dengan menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Jika hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi melebihi 0,05 ($> 0,05$) maka item-item dalam kuesioner tidak menunjukkan nilai kevalidan sehingga tidak dapat dilanjutkan sebagai instrumen penelitian, dan sebaliknya jika nilai signifikan lebih kecil atau sama dengan 0,05 ($\leq 0,05$) maka seluruh instrumen dari kuesioner tersebut pada kondisi valid sehingga dapat dipakai sebagai alat pengumpulan data. (Ghozali, 2011:42).

Uji Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas berbeda dengan validitas karena yang pertama memusatkan perhatian pada masalah konsistensi, sedang yang kedua lebih memperhatikan masalah ketepatan (Mudrajat, 2009 : 154). Suatu alat pengukur dikatakan reliabel bila alat itu dalam mengukur

suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama (Nasution, 2003 : 77). Apabila alat tersebut digunakan untuk menguji dua kali atau lebih dengan gejala yang sama dan hasil pengukuran relatif konstan maka alat pengukuran tersebut dapat dikatakan *reliable* jika koefisien(α) Cronbach $> 0,6$. Apabila suatu pengukuran tersebut menghasilkan hasil yang konsisten.

Berdasarkan tabel 1. Diketahui signifikansi semua indikator $< 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa indikator variabel (Kualitas layanan, Kepuasan nasabah dan Loyalitas nasabah) pada kuesioner tersebut valid. Tabel tersebut juga menunjukkan *cronbach alpha* dari semua indikator variabel $> 0,6$ sehingga dapat dikatakan bahwa indikator variabel tersebut reliabel.

Analisis Statistik

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat atau dapat diartikan besar sumbangan (kontribusi) seluruh variabel bebas secara simultan dalam mempengaruhi variabel terikat.

Berdasarkan tabel 2 koefisien determinasi variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan nasabah besarnya R Square adalah 0,193 dengan *Standart Error of the Estimate* (SEE) sebesar 1,726. Hal ini berarti 19,3% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variasi dari kualitas layanan yang terdiri dari dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Sedangkan sisanya

(100% - 19,3% = 80,7%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

Berdasarkan tabel 3 koefisien determinasi variabel bukti fisik terhadap variabel kepuasan nasabah besarnya R Square adalah 0,055 dengan *Standart Error of the Estimate* (SEE) sebesar 1,867. Hal ini berarti 5,5% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variasi dari kualitas layanan dimensi bukti fisik. Sedangkan sisanya (100% - 5,5% = 94,5%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model

Berdasarkan tabel 4 koefisien determinasi variabel keandalan terhadap variabel kepuasan nasabah besarnya R Square adalah 0,108 dengan *Standart Error of the Estimate* (SEE) sebesar 1.814. Hal ini berarti 10,8% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variasi dari kualitas layanan dimensi keandalan. Sedangkan sisanya (100% - 10,8% = 89,2%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

Berdasarkan tabel 5 koefisien determinasi variabel daya tanggap terhadap variabel kepuasan nasabah besarnya R Square adalah - 0,008 dengan *Standart Error of the Estimate* (SEE) sebesar 1.929. Hal ini berarti - 0,8% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variasi dari kualitas layanan dimensi daya tanggap. Sedangkan sisanya (100% - (-0,8%) = 100,8%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

Berdasarkan tabel 6 koefisien determinasi variabel jaminan terhadap variabel kepuasan nasabah, besarnya R Square adalah -0,008 dengan *Standart Error of the Estimate* (SEE) sebesar 1.928. Hal ini berarti -0,8% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variasi

dari kualitas layanan dimensi jaminan. Sedangkan sisanya (100% - (-0,8%) = 100,8%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

Berdasarkan tabel 7 koefisien determinasi variabel empati terhadap variabel kepuasan nasabah, besarnya R Square adalah 0,162 dengan *Standart Error of the Estimate* (SEE) sebesar 1.758. Hal ini berarti 16,2% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variasi dari kualitas layanan dimensi empati. Sedangkan sisanya (100% - 16,2% = 83,8%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

Berdasarkan tabel 8 koefisien determinasi variabel kepuasan nasabah terhadap variabel loyalitas nasabah menunjukkan besarnya R Square adalah 0,344 dengan *Standart Error of the Estimate* (SEE) sebesar 1,490. Hal tersebut menunjukkan bahwa 34,4% variasi loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh variasi dari kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya (100% - 34,4% = 65,6%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

Uji F

uji F digunakan untuk menguji apakah variabel bebas kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat yaitu (kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah), dinyatakan signifikan berpengaruh jika signifikansi < 0,05.

Dilihat pada tabel 9 dari uji ANOVA atau F test uji F variabel kualitas layanan: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan nasabah

didapat nilai f hitung sebesar 6,683 dengan nilai signifikansi 0,000 nilai signifikan $< 0,05$. Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Dilihat pada tabel 10 uji f variabel bukti fisik terhadap kepuasan nasabah didapat nilai f hitung sebesar 7,977 dengan nilai signifikansi 0,006 nilai signifikan $< 0,05$. Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Dilihat pada tabel 11 dari uji F variabel keandalan terhadap kepuasan nasabah **anova(b)** didapat nilai f hitung sebesar 15,408 dengan nilai signifikansi 0,000 nilai signifikan $< 0,05$. Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Dilihat pada tabel 12 dari Uji F variabel daya tanggap terhadap kepuasan nasabah didapat nilai f hitung sebesar 0,001 dengan nilai signifikansi 0,973 nilai signifikan $> 0,05$. Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Dilihat pada tabel 13 dari uji f variabel jaminan terhadap kepuasan nasabah didapat nilai f hitung sebesar 0,022 dengan nilai signifikansi 0,883 nilai signifikan $> 0,05$. Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Dilihat pada tabel 14 dari Uji F variabel empati terhadap kepuasan nasabah **anova(b)** didapat nilai f hitung sebesar 23,998 dengan nilai signifikansi 0,000 nilai signifikan $< 0,05$. Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Uji t

uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung secara bersama.

Berdasarkan tabel 15 Hasil uji t variabel bukti fisik (X_1) terhadap kepuasan nasabah dengan signifikansi sebesar $0,338 > 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hasil uji t keandalan (X_2) terhadap kepuasan nasabah dengan signifikansi sebesar $0,028 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil uji t variabel daya tanggap (X_3) terhadap kepuasan nasabah dengan signifikansi sebesar $0,483 > 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hasil uji t variabel jaminan (X_4) terhadap kepuasan nasabah dengan signifikansi sebesar $0,301 > 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hasil uji t empati (X_5) terhadap kepuasan nasabah dengan signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Berdasarkan tabel 16 diketahui probabilitas signifikansi terhadap variabel loyalitas nasabah sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dan diartikan bahwa variabel kepuasan nasabah secara signifikan berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah dalam menabung di bank BCA Sidoarjo.

KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik dengan regresi linear berganda melalui program

SPSS 16.0 maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Kualitas layanan yang terdiri dari dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah menunjukkan bahwa bukti fisik, keandalan, jaminan, dan empati memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menabung bank BCA di Sidoarjo .

Kualitas layanan yang terdiri dari dimensi keandalan, dan empati secara parsial terhadap kepuasan nasabah menunjukkan bahwa variabel keandalan, empati memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menabung bank BCA di Sidoarjo. Sedangkan dimensi bukti fisik secara parsial tidak berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menabung bank BCA di Sidoarjo. Hal ini mengindikasikan bahwa kemampuan bank BCA dalam meningkatkan bukti fisik yang menyatakan secara fisik layanan bank BCA menyediakan tempat yang kurang menarik untuk nasabah, penampilan karyawan bank yang masih kurang, sehingga membuat nasabah tidak merasakan puas atas layanan yang diberikan. Sedangkan dimensi jaminan tidak berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di bank BCA. Hal ini mengindikasikan bahwa kemampuan bank BCA dalam meningkatkan jaminan yang menyatakan dalam keinginan karyawan bank BCA membuat nasabah percaya diri masih kurang, dan masih kurang nya karyawan memiliki pengetahuan yang luas tentang BCA. Dan ternyata tidak

dipercaya oleh para nasabah, sehingga kepuasan nasabah yang diterima bank BCA semakin berkurang. Sedangkan dimensi daya tanggap tidak berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa kemampuan bank BCA dalam meningkatkan daya tanggap dalam memberikan layanan yang tidak cepat, kurangnya bersedia memberikan bantuan kepada nasabah jika mengalami kesulitan, sehingga membuat nasabah tidak merasakan puas atas layanan yang diberikan.

Kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menabung di bank BCA Sidoarjo.

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah faktor birokrasi yaitu susah nya mendapat ijin dari pihak bank BCA Sidoarjo untuk menyebarkan kuesioner. Sehingga perlu waktu untuk melakukan pendekatan dari pihak internal bank BCA.

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disimpulkan, maka Peneliti dapat memberikan saran-saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut :

Bagi perusahaan yaitu bank BCA wilayah Sidoarjo dari hasil analisis tanggapan responden secara deskriptif bahwa kualitas layanan dimensi daya tanggap (X3) memiliki skor rata-rata terkecil keseluruhan yaitu 3,52 yang menyatakan bahwa karyawan bank BCA memberikan layanan yang tepat cepat, karyawan

bank BCA memberikan bantuan kepada nasabah jika mengalami kesulitan, dan memberikan laporan bank yang tepat cepat waktu. Untuk itu khususnya indikator dimensi daya tanggap $X_{3.2}$ adalah terbukti memiliki skor terkecil untuk tanggap responden secara deskriptif yaitu 3,28 yang menyatakan karyawan bank BCA memberikan bantuan kepada nasabah jika mengalami kesulitan. Oleh karena itu, bank BCA disarankan manager bank BCA untuk menekankan program pelatihan SMART (Sigap, Menarik, Antusias, Ramah, Teliti) agar karyawan/karyawati lebih tanggap dan cepat dalam memberikan bantuan kepada nasabah jika mengalami kesulitan. Sehingga dapat meningkatkan hubungan jangka panjang dengan nasabah dalam hal layanan dan memberikan performance yang lebih baik lagi bagi nasabah dan calon nasabah agar BCA selalu di sisi hati nasabah.

Bagi penelitian selanjutnya. Peneliti diharapkan dapat mengkaji ulang penelitian saat ini dan penelitian sebelumnya dengan menambah variabel yang lain, seperti *perceived risk* terkait dengan berbagai bentuk risiko yang mungkin terjadi, seperti halnya risiko keuangan (harga lebih mahal), risiko kinerja (kinerja perusahaan tidak sama seperti yang diharapkan) serta melakukan menambah metode pengumpulan data dengan wawancara langsung, sehingga dapat menggambarkan populasi dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- FandyTjiptono dan Singgih Santoso.2001.*Riset Pemasaran: Konsep Aplikasidengan SPSS*. Bayu Media. Jogyakarta
- FandyTjiptono, Chandra G., 2005, *Services, Quality Satisfaction, Andi Offset*.Yogyakarta.
- FaridSubkhan. 2012. *Service to Care Index 2012 Melayani Nasabah Dengan Caring*. (<http://www.markplusinsight.com/in-media-service-to-care-index-2012.php>, diakses 8 Maret 2013)
- Indriantoro, Nur dan Bambang, Supomo. 2006. *Metodologi Penelitian Bisnis: untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. BPFE. Yogyakarta.
- Jain, C. Subhash. 2001. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler,Philip dan Keller, Kevin.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- Mudrajad Kuncoro. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis*. Erlangga. Jakarta.
- Nasution. 2003. *Metode Research Penelitian Ilmiah*. PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Parasuraman.et.,al.2007. *Marketing Research*. 2thEdition. Houghton Mifflin. Boston.
- Payne, A. 1993. *Relationship marketing, customer retention and firm profitability,Working Paper*,Cranfield School of Management, Bedford.
- Sugiyono. 2004. *Statistika untuk Penelitian*. Cetakan keenam. Penerbit Alfabeta. Bandung.

Lampiran

Tabel 1
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS
INSTRUMEN PENELITIAN SAMPEL BESAR

Variabel	Indikator	Item to total correlation	Signifikansi	Ket.	Cronbach Alpha	Ket.
Bukti fisik	X1.1	0,442	0,000	Valid	0,656	Reliabel
	X1.2	0,748	0,000	Valid		
	X1.3	0,649	0,000	Valid		
	X1.4	0,761	0,000	Valid		
	X1.5	0,629	0,000	Valid		
Keandalan	X2.1	0,744	0,000	Valid	0,822	Reliabel
	X2.2	0,784	0,000	Valid		
	X2.3	0,825	0,000	Valid		
	X2.4	0,760	0,000	Valid		
	X2.5	0,714	0,000	Valid		
Daya tanggap	X3.1	0,817	0,000	Valid	0,770	Reliabel
	X3.2	0,861	0,000	Valid		
	X3.3	0,810	0,000	Valid		
Jaminan	X4.1	0,733	0,000	Valid	0,725	Reliabel
	X4.2	0,739	0,000	Valid		
	X4.3	0,695	0,000	Valid		
Empati	X5.1	0,765	0,000	Valid	0,662	Reliabel
	X5.2	0,766	0,000	Valid		
	X5.3	0,788	0,000	Valid		
Kepuasan Nasabah	Y1.1	0,845	0,000	Valid	0,690	Reliabel
	Y1.2	0,832	0,000	Valid		
	Y1.3	0,673	0,000	Valid		
Loyalitas Nasabah	Y2.1	0,785	0,000	Valid	0,696	Reliabel
	Y2.2	0,802	0,000	Valid		
	Y2.3	0,787	0,000	Valid		

Tabel2
KOEFISIEN DETERMINASI VARIABEL BUKTI FISIK, KEANDALAN,
DAYA TANGGAP, JAMINAN,DAN EMPATI
TERHADAP KEPUASAN NASABAH

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.476(a)	.227	.193	1.726

- a. Predictors: (Constant), Bukti fisik X1, Keandalan X2, Daya tanggap X3, Jaminan X4, Empati X5
- b. Dependent Variable: kepuasan Nasabah

Tabel 3
KOEFISIEN DETERMINASI VARIABEL BUKTI FISIK TERHADAP
VARIABEL KEPUASAN NASABAH

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.252(a)	.063	.055	1.867

- a. Predictors: (Constant), Bukti fisik Total X1
b. Dependent Variable: kepuasan Nasabah

Tabel 4
KOEFISIEN DETERMINASI VARIABEL KEANDALAN TERHADAP
VARIABEL KEPUASAN NASABAH

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.340(a)	.115	.108	1.814

- a. Predictors: (Constant), Keandalan Total X2
b. Dependent Variable: kepuasan Nasabah

Tabel 5
KOEFISIEN DETERMINASI VARIABEL DAYA TANGGAP TERHADAP
VARIABEL KEPUASAN NASABAH

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.003(a)	.000	-.008	1.929

- a. Predictors: (Constant), Daya tanggap Total X3
b. Dependent Variable: kepuasan Nasabah

Tabel 6
KOEFISIEN DETERMINASI VARIABEL JAMINAN TERHADAP
VARIABEL KEPUASAN NASABAH

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.014(a)	.000	-.008	1.928

- a. Predictors: (Constant), Jaminan Total X4
b. Dependent Variable: kepuasan Nasabah

Tabel 7
KOEFISIEN DETERMINASI VARIABEL EMPATI TERHADAP VARIABEL
KEPUASAN NASABAH

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.411(a)	.169	.162	1.758

- a. Predictors: (Constant), Empati Total X5
b. Dependent Variable: kepuasan Nasabah

Tabel 8
KOEFISIEN DETERMINASI VARIABEL KEPUASAN NASABAH
TERHADAP VARIABEL LOYALITAS NASABAH

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.591(a)	.350	.344	1.490

- a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah TOTAL Y1
b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Tabel 9
UJI F VARIABEL KUALITAS LAYANAN: BUKTI FISIK, KEANDALAN,
DAYA TANGGAP, JAMINAN, DAN EMPATI
TERHADAP KEPUASAN NASABAH

ANOVA(b)						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	99.496	5	19.899	6.683	.000(a)
	Residual	339.429	114	2.977		
	Total	438.925	119			

- a. Predictors: (Constant), Bukti fisik Total X1, Keandalan Total X2, Daya tanggap Total X3, Jaminan Total X4, Empati Total X5
b. Dependent Variable: Kepuasan nasabah Total Y1

Tabel 10
UJI F VARIABEL BUKTI FISIK
TERHADAP KEPUASAN NASABAH

ANOVA(b)						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27.793	1	27.793	7.977	.006(a)
	Residual	411.132	118	3.484		
	Total	438.925	119			

- a. Predictors: (Constant), Bukti fisik Total X1
b. Dependent Variable: Kepuasan nasabah Total Y1

Tabel 11
UJI F VARIABEL KEANDALAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH
ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	50.695	1	50.695	15.408	.000(a)
	Residual	388.230	118	3.290		
	Total	438.925	119			

- a. Predictors: (Constant), Keandalan Total x2
b. Dependent Variable: Kepuasan nasabah Total Y1

Tabel 12
UJI F VARIABEL DAYA TANGGAP
TERHADAP KEPUASAN NASABAH
ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.004	1	.004	.001	.973(a)
	Residual	438.921	118	3.720		
	Total	438.925	119			

- a. Predictors: (Constant), Daya tanggap Total X3
b. Dependent Variable: Kepuasan nasabah Total y1

Tabel 13
UJI F VARIABEL JAMINAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH
ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.080	1	.080	.022	.883(a)
	Residual	438.845	118	3.719		
	Total	438.925	119			

- a. Predictors: (Constant), Jaminan Total X4
b. Dependent Variable: Kepuasan nasabah Total y1

Tabel 14
UJI F VARIABEL EMPATI
TERHADAP KEPUASAN NASABAH
ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	74.179	1	74.179	23.998	.000(a)
	Residual	364.746	118	3.091		
	Total	438.925	119			

- a. Predictors: (Constant), Empati Total X5
b. Dependent Variable: Kepuasan nasabah Total y1

Tabel 15
HASIL UJI T VARIABEL BUKTI FISIK, KEANDALAN, DAYA TANGGAP,
JAMINAN, DAN EMAPTI
TERHADAP VARIABEL KEPUASAN NASABAH

Coefficients(a)						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.988	1.744		3.433	.001
	Bukti fisik total x1	.072	.075	.092	.962	.338
	Keandalan total x2	.119	.053	.205	2.233	.028
	Daya tanggap total x3	-.067	.095	-.064	-.703	.483
	Jaminan total x4	-.108	.104	-.092	-1.039	.301
	Empati total x5	.354	.104	.323	3.420	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah Total Y1

Tabel 16
HASIL UJI T VARIABEL KEPUASAN NASABAH TERHADAP VARIABEL
LOYALITAS NASABAH

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.115	.862		5.932	.000
	Kepuasan nasabah	.567	.071	.591	7.968	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah TOTAL Y2